

MÉTAVERS

612
millions de dollars
de volume d'affaires
générés

Nos cadors du jeu vidéo s'emparent de ce nouveau monde

50
millions de dollars réunis
pour faire émerger des
start-up

Créer des décors virtuels, Ubisoft, The Sandbox et autres savaient déjà faire. Ils mettent désormais leur créativité au service du Web3, un monde participatif où c'est vous, ou plutôt votre avatar, qui invente l'avenir.

PAR FRÉDÉRIC BRILLET

Plus de 600 000 euros dépensés pour devenir propriétaire de la vignette virtuelle d'Haaland, un footballeur norvégien pressenti pour rejoindre le Real Madrid... Sorare porte bien son nom. Dans ce jeu en ligne inspiré du mercato, les amateurs du ballon rond peuvent acquérir, via un système d'enchères et la plateforme d'échange Ethereum, des images de leurs joueurs favoris. Et ils en sont les seuls détenteurs, via ce qu'on appelle un NFT (non-fungible token), un certificat de propriété numérique. Puis, avec ces vignettes façon cartes Panini d'antan, ils composent des équipes qui s'affrontent en ligne.

Du délire ? Il faut croire que non. Sorare comptait en mars dernier 350 000 utilisateurs actifs dans 170 pays. Et en 2021, la start-up française a enregistré un volume de trading de 325 millions de dollars. Les investisseurs ne s'y sont pas trompés, à commencer par le japonais SoftBank. En septembre dernier, les fondateurs, Nicolas Julia et Adrien Montfort, ont levé 580 millions d'euros, valorisant leur société à 3,7 milliards d'euros. C'est la start-up

française la plus chère du moment. «Nous sommes en très forte croissance en 2022 et Sorare est rentable depuis le début de son activité», explique Brian O'Hagan, responsable du développement.

LA RÉUSSITE DE SORARE illustre la percée de la French Tech dans le Web3, l'Internet de troisième génération. Dans ce monde virtuel, nos avatars peuvent se retrouver, jouer, travailler, créer des objets ou gagner de l'argent. L'idéal étant de s'y rendre en coiffant un casque de réalité virtuelle pour parvenir à une immersion complète, en 3D. Or l'Hexagone dispose d'un savoir-faire propice à ce nouvel Internet. Avec son vivier de sociétés dans le jeu vidéo comme Ubisoft. Avec le nuage de start-up positionnées sur la blockchain, l'outil indispensable pour établir les titres de propriété ou échanger des cryptomonnaies (lire page 54). Et enfin pour ce qu'on appelle la French Touch. «Proposer des expériences qui enchantent les consommateurs, vendre de l'image et des biens qui suscitent de l'envie, développer un art de vivre, soigner le design, c'est ce que font déjà les

entreprises qui opèrent dans le luxe, la mode ou les loisirs», remarque Joël Hazan, consultant au cabinet conseil en stratégie BCG.

Derrière son apparente simplicité, le business de Sorare se révèle ainsi plus difficile à copier qu'il n'y paraît. La start-up a signé des accords d'exclusivité avec 230 clubs de foot pour exploiter l'image des joueurs, dont le Bayern Munich et le Real Madrid. Ensuite, elle peut tableer sur l'effet réseau de sa communauté. «On veut construire une marque culte autour des NFT dans le sport et on va continuer à accélérer pour demeurer les premiers», promet le P-DG, Nicolas Julia. En janvier dernier, il a annoncé la nomination de Serena Williams comme conseillère. La championne de tennis aidera Sorare à explorer d'autres disciplines sportives.

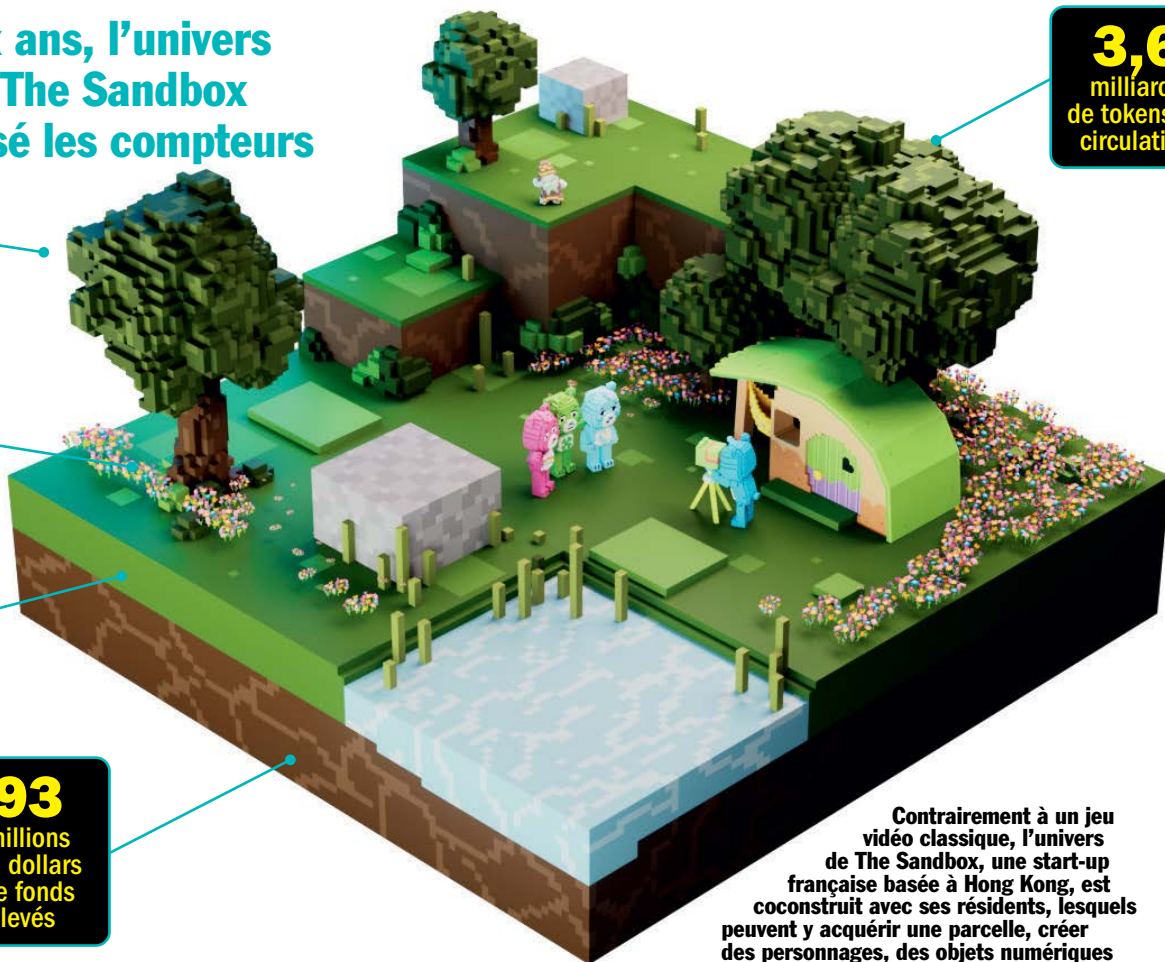
Tout un écosystème est donc en train de naître. Une illustration : grâce à la blockchain, Sorare a pu conclure un partenariat avec Ubisoft, qui permettra aux collectionneurs d'utiliser leurs images dans le jeu «OneShot League» lancé par ce dernier. «Ce projet offre l'opportunité d'appliquer l'interopérabilité des éléments entre différents

En deux ans, l'univers de jeux The Sandbox a explosé les compteurs

3,6
milliards
de tokens en
circulation

200
marques y
ont acquis
des parcelles
de «terrain»

93
millions
de dollars
de fonds
levés



Contrairement à un jeu vidéo classique, l'univers de The Sandbox, une start-up française basée à Hong Kong, est coconstruit avec ses résidents, lesquels peuvent y acquérir une parcelle, créer des personnages, des objets numériques uniques et échanger grâce à une cryptomonnaie, le sand.

jeux. Si le test est concluant, on ira plus loin», prévoit Nicolas Julia. Dans la même perspective, Ubisoft a lancé Ubisoft Quartz. D'ores et déjà, les joueurs de «Tom Clancy's Ghost Recon Breakpoint» peuvent y acheter en cryptomonnaie des armes, véhicules, casques virtuels pour mener le combat. Certifiés par la blockchain Tezos, ces équipements pourront ensuite se revendre sur des places de marché tierces, ce qui les rendra plus liquides et en accroîtra donc la valeur. Bien mieux que l'échange de cartes «Dragon Ball Z» à la récré. «Les joueurs reprendront le contrôle sur la valeur qu'ils ont pu créer en jouant et ce d'une façon durable pour notre industrie», assure Nicolas Pouard, vice-président du Lab d'innovation stratégique sur le site d'Ubisoft.

POUR RATISSER le plus large possible, l'éditeur français fait par ailleurs son entrée dans The Sandbox, un métavers français qui accueille toutes sortes de jeux et de personnages. Grâce à ce partenariat, les résidents de The Sandbox pourront bientôt interagir avec les fameux Lapins crétins d'Ubisoft. Lequel va explorer les possibilités d'exploiter

ses licences sur les métavers. Là encore, l'interopérabilité devrait faciliter la monétisation de ces personnages et de leurs attributs... Ce virage ne fait toutefois pas l'unanimité au sein des équipes de l'éditeur. «Les NFT ajoutent de la complexité, augmentent le risque d'arnaque et de mécontentement des joueurs dont nous devons ensuite traiter les réclamations, estime le polytechnicien et responsable syndical Pierre-Etienne Marx. Cette financiarisation des jeux intéresse les actionnaires, mais pas les joueurs ni les salariés.» Pour défendre sa stratégie, le P-DG Yves Guillemot a d'ailleurs dû prendre la parole le 15 décembre lors d'une réunion en ligne avec les salariés de son studio parisien.

Dans son argumentaire, il peut s'appuyer sur les chiffres affolants de The Sandbox, fondé et dirigé par Arthur Madrid et Sébastien Borge, et qui a levé 93 millions de dollars. Toujours majoritaire, le duo a ouvert son capital à Animoca, une société chinoise de jeux vidéo... dans laquelle Ubisoft détient une participation. Univers en construction, The Sandbox (bac à sable) attire toutes sortes d'acteurs. Il aurait

déjà vendu plus de 17 000 parcelles de terrain en limitant le nombre de lots à 177 000 pour créer un effet de rareté. 70 millions de dollars de transactions immobilières auraient ainsi été enregistrés. Et la monnaie en vigueur (sand) serait valorisée à 2 milliards. Les acquéreurs? Des geeks, des spéculateurs, des personnalités comme le rappeur Snoop Dogg, mais aussi des dizaines de marques... The Sandbox accueille ainsi dans son métavers Warner Music Group, Axa France, Gucci, Havas, Carrefour, même si beaucoup demeurent évasifs quant à leurs projets. «En tant que leader de l'assurance, il est de notre responsabilité de prendre part aux grandes avancées technologiques pour imaginer l'assurance du futur», fait ainsi savoir Patrick Cohen, directeur général d'Axa France. The Sandbox revendique désormais 2 millions d'utilisateurs dans son métavers, et veut accélérer le mouvement avec la création d'un incubateur doté de 50 millions de ...

... dollars qui servira à accompagner une bonne trentaine de start-up susceptibles de lui ouvrir de nouvelles perspectives de business.

DANS CET ESPACE FICTIF, persistant (rien ne disparaît) et partagé, les participants sont bien plus que des joueurs. Ils coconstruisent décor, personnages, objets, bâtiments, tous certifiés par un NFT. Le résultat, pour l'heure, semble un peu rudimentaire avec des personnages pixellisés qui évoquent les jeux d'arcade des années 1990. «C'est un début, les premiers téléviseurs noir et blanc n'offraient pas non plus une image bien terrible», relativise Mathieu Gastal, directeur associé de l'agence numérique Adveris, qui estime que les fortes ambitions de Facebook vont avoir un effet accélérateur.

Certains acteurs français construisent déjà des métavers dédiés à des usages professionnels. Ainsi Inetum a réuni une équipe d'une vingtaine de chercheurs pour plancher sur un projet de plateforme où ses 27 000 collaborateurs s'immergeront avec des casques de réalité virtuelle pour se réunir, suivre des formations. «Ce métavers, qui sera déployé en interne avant la fin 2022, sera par la suite proposé à nos clients s'il remplit ses promesses», détaille Nicolas Perrier, consultant en innovation chez Inetum. Simango, PME rennaise spécialiste des formations numériques pour le personnel paramédical, y croit elle aussi. Elle planche sur un métavers hospitalier dans lequel les apprenants équipés de casques déplaceront leur avatar pour acquérir des compétences dans le domaine de l'hygiène et de la sécurité. «Nous allons y inclure des animations, des éléments de "gamification" qui capteront l'attention», promet Vincent-Dozhwal Bagot, le cofondateur, qui prévoit une nouvelle levée de fonds à la fin de l'année. Ce type d'immersion, seul Meta, le nouveau nom de Facebook, a déjà commencé à le déployer en Amérique du Nord sous le nom d'Horizon Worlds. Il est pour l'heure interdit aux moins de 18 ans. ■



PHOTO: SP

CRYPTOMONNAIE, NFT

Notre champion Ledger inspire de nombreux entrepreneurs

Avec ses matheux et experts de la finance, la France est bien placée pour exploiter les nouvelles technologies liées à la blockchain.

PAR JÉRÔME DUVAL

Alors que la Chine vient de créer son yuan numérique, que les Etats-Unis travaillent à faire de même pour le dollar, la Banque centrale européenne prend son temps.

Son euro dématérialisé ne devrait voir le jour qu'en 2025. Sans attendre, Angle Labs a lancé en novembre dernier un «stablecoin» assis sur l'euro et la blockchain. Les deux fondateurs, Pablo Veyrat et Guillaume Nervo, passés par Polytechnique et l'université Stanford, ont tout de suite capté l'attention, levant 5 millions d'euros auprès des fonds de capital-risque.

Un stablecoin, pour les non-initiés, est la réplique numérique d'une monnaie existante et dont la valeur est garantie, quelle que soit l'évolution des taux de change. Autrement dit, elle ne fluctue pas et est adossée à des actifs physiques sous-jacents. Ce produit financier

illustre le foisonnement d'initiatives françaises dans ce qu'on appelle la fintech. «Ça grouille! Beaucoup de boîtes se créent en ce moment mais restent encore sous les radars, explique Frédéric Montagnon, un des pionniers français de la blockchain. On a un avantage concurrentiel très fort avec nos ingénieurs, très bons en maths et en finance. Ceux qui portaient hier à New York, Londres ou Hong Kong montent désormais leurs propres projets.»

UNE RÉVOLUTION est en marche dont on peine encore à prendre la mesure. Car derrière les concepts de blockchain, cryptomonnaie, NFT (non-fungible token) ou Web3, c'est un nouvel Internet qui est en train de naître. Un réseau décentralisé et en open source (les plateformes et technologies sont libres d'accès) où les utilisateurs, particuliers et entreprises, reprennent le contrôle de leurs données. «La philosophie, c'est